



Profundiza más

Recurso de Profundización

Estudio de Caso: Cambios en el equilibrio de mercado de celulares

Descripción: ejemplo contextual y descriptivo, a manera de resumen, de cambios en el mercado.

Introducción

En economía, el concepto de utilidad marginal decreciente se refiere a la tendencia de que la satisfacción o utilidad que se obtiene de consumir una unidad adicional de un bien o servicio disminuye a medida que aumenta el consumo de dicho bien. Este principio se aplica a numerosos mercados y productos, incluido el mercado de celulares. En este contexto, la utilidad marginal decreciente describe cómo, con cada celular adicional que un consumidor adquiere, la satisfacción derivada de ese nuevo celular tiende a ser menor que la proporcionada por el primero o los anteriores.

Descripción

Imaginemos a un consumidor que decide comprar un celular. El primer celular que adquiere le ofrece una gran utilidad, ya que le permite acceder a múltiples funciones y servicios que antes no tenía. Este primer celular mejora significativamente su calidad de vida, le permite comunicarse más fácilmente, acceder a internet, organizar sus actividades, etc. La utilidad marginal del primer celular es alta.

Sin embargo, supongamos que, después de un tiempo, este consumidor decide adquirir un segundo celular. Este segundo celular, aunque útil, le proporciona una satisfacción menor en comparación con el primero. Puede que lo use para tareas secundarias, como entretenimiento, pero su valor agregado es inferior al del primer celular. La utilidad marginal del segundo celular es menor que la del primero.

Ahora, supongamos que el consumidor decide comprar un tercer celular, con la misma finalidad que el segundo. La utilidad marginal de este tercer celular será aún menor que la de los dos primeros, ya que las necesidades del consumidor han sido en su mayoría satisfechas con los primeros dispositivos. Este patrón continúa con cada celular adicional que el consumidor adquiera: la utilidad marginal sigue decreciendo.



Profundiza más

Este comportamiento se debe a que el valor que el consumidor otorga a cada unidad adicional del bien disminuye conforme se satisface una mayor parte de sus necesidades o deseos relacionados con ese bien. Además, la utilidad marginal decreciente en el mercado de celulares también puede verse influenciada por la saturación del mercado, es decir, el consumidor comienza a percibir que el número de características nuevas o innovaciones importantes en los nuevos modelos de celular es cada vez más limitado.

Análisis

En el mercado de celulares, la utilidad marginal decreciente es evidente cuando los consumidores adquieren dispositivos adicionales. A medida que adquieren más celulares, la satisfacción que obtienen de cada celular adicional disminuye, ya que las necesidades iniciales de comunicación, entretenimiento y productividad ya están satisfechas. Este fenómeno es crucial para comprender el comportamiento de los consumidores y puede influir en las estrategias de precios y marketing de las empresas, las cuales pueden intentar contrarrestar la utilidad marginal decreciente al ofrecer características innovadoras o promociones atractivas. En resumen, la utilidad marginal decreciente ilustra cómo los consumidores toman decisiones de compra basadas en el valor adicional que perciben con cada unidad adicional de un bien, lo que influye en la demanda y el comportamiento en mercados como el de los celulares.